

# 「松本市における観光メタバース および3DCGの産業育成にむけた施策」 社会実証結果報告書

代表事業者	団体名	ソフトバンク株式会社	代表者 (役職、氏名)	公共事業推進本部長 柏木陸照
	住所	東京都港区海岸一丁目7番1号	担当者 (所属、氏名)	グローバル事業本部 細井宏文
	メール	hirobumi.hosoi@g.softbank.co.jp	電話	080-3242-3586

項目		ページ番号	
1	プロジェクトの全体概要	2P	
2	社会実証事業の実績	社会実証事業の概要	3P
	”	K P I の達成状況	3P
	”	活動実績の一覧	4P
	”	活動工程	5P
	”	社会実証の内容及び成果	6P
3	結果、考察	10P	
4	その他 資料等	11P	

<p>プロジェクト名称</p>	<p>松本市における観光メタバース および3DCGの産業育成に向けた施策</p>	<p>事業費</p>	<p>R 6年度：15,581千円 (内、プロジェクト推進補助金充当額：10,000千円)</p>
<p>目的、将来像</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・3DCGの制作拠点としてのMATSUMOTOブランドの確立 (人材育成 / 雇用創出)</li> <li>・3DCGを活用したイベントやフェスティバルを開催を通じ、地域の魅力が市内外に伝わっている</li> <li>クリエイティブなまちづくりを通じて、地元住民の誇りや地域愛が高まっている</li> </ul>	<p>現状、課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタル人材の不足</li> <li>企業の生産性を向上させるデジタル化に向けての人材が不足している</li> <li>・デジタル分野での雇用の創出</li> <li>市内で学んだデジタル系専門学校の卒業生が雇用不足により市外への流出しておられる可能性があり、育成した人材がに松本市内で活動してもらうためのデジタル分野での雇用創出が必要</li> </ul>

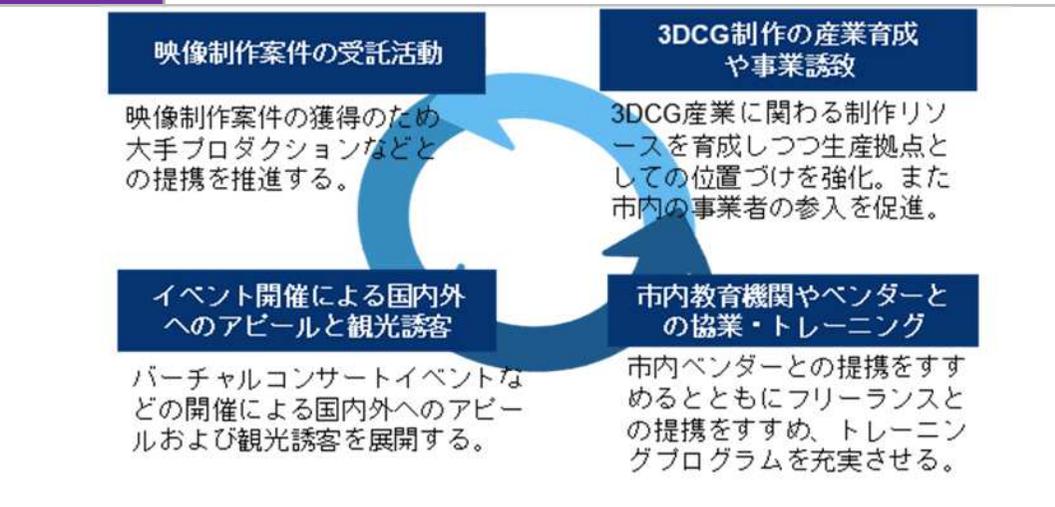
**サービス**

ものづくりと併せてソフトウェアやデジタルコンテンツの制作をあらたなものづくり産業と位置づけデジタル産業として急成長を遂げている3DCG制作における産業育成をめざす

まずは当社および制作会社が受託した3DCG制作案件を松本市内に組成する座組へ再委託を行い、教育プログラムや実務を通じた人材育成を行い産業の発展、雇用の創出をめざす

また、産業や観光コンテンツを国内外にアピールするための手段としてイベントを検討

松本市内の新たな雇用の創出、エキスパート人材の育成、地元ブランディングの向上を目指す  
実装時期は2025年3月を目標とする



このプロジェクトが実装を目指すサービスは、松本市における3DCG産業の育成に関する施策です。具体的には、松本市内での3DCG制作案件の再委託を行い、教育プログラムや実務を通じてデジタル人材の育成を行います。これにより、新たな産業の創出と地元住民の誇りや地域愛を高めることを目指しています。また、映像祭などのイベントを通じて地域の取り組みを広報し、国内外からのクリエイターのネットワーク構築を図り、制作体制の整備を図ります。



## 令和6年度 社会実証事業の概要

ア 目的	松本市において新たな基軸産業となり得る3DCG制作の体制を構築		
イ 期間	令和6年5月6日 から 令和7年2月28日まで		
ウ プロジェクト推進体制	プロジェクトマネージャー：グローバル事業本部 細井 PMO 公共事業本部 堀井、稲垣、三上、南波、千野、グローバル事業本部 澁谷		
エ 活動内容	計画	実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セールスプランを策定し、各種事業者へアプローチ 需要や課題を把握</li> <li>・サザンガクの傘下にワーカー登録を行い制作の座組を策定（25名）</li> <li>・制作ソフトであるBlenderのトレーニングキャンプを 実施し 域内からの参加者を中心にスキルアップ施策 を実施（23名）</li> <li>・初心者を含めた登録ワーカーにて商用案件に取り組み、マンハッタンのビルを制作・納品</li> <li>・国内トップ業界誌であるCGワールドとの提携により、3DCG制作のコンテストを開催し、取り組みを全国へアピール</li> <li>・メタバース要素については現時点では需要と供給の観点から商用化が難しいと判断し、除外とした</li> </ul>
	<p>検証（体制づくり）フェーズ 弊社クライアント企業を主としたセールスプランの策定と実行</p> <p>ビジネスモデル策定にともなう各組織の組成と人材育成の体制づくり</p> <p>収支面でのビジネスモデル成立可否の検証 イベント実施による宣伝効果の検証 自走に向けた体制づくり</p>		

## K P I の達成状況

K P I	単位	提案時	実績	増減理由	実績に対する自己評価
新規アプローチ社数	社	20	20	135社を選定し市場調査を兼ねてアプローチ	クリエイターに求められるスキル・経験に対して現状の体制では応えられないケースがあった一方UnrealEngineは経験に関わらず需要があった。
松本市に関わる人や事業者の新規参加者数	人	12	26	域内外を含めたワーカー登録者数	松本市内にも個人で活動するクリエイターや今後活動したいと思っている人材が多数いることがわかった。一方で、仕事を受託することが難しいなどの課題を抱えていることも認識。
本事業によりスキルアップした人数	人	10	21	ワーカーへのアンケートにより判定	ほぼ全員がスキルアップしたと回答。特に、トレーニング キャンプ参加後、実際に仕事をした方から「仕事を通してスキルアップを実感した」の意見があり、業務を受託することの重要性をあらためて認識。

### 活動実績の一覧

項番	取組み	内容	目標値	検証事項	結果、分析概要
	ターゲット企業の選定	需要が想定される企業の洗い出し	100社	3DCGにおける各産業セグメントでの実需要	エンドユーザー向けのアプローチについては案件化まで相応の時間を要する。 要件定義フェーズをクリアする必要がある。
	ターゲット企業へのアプローチ	想定される制作需要の発掘 ・自動車メーカー ・不動産事業者 ・医療 ・教育	提案先 20社	ターゲット企業での個別ニーズの検証	主に3DCG制作会社へアプローチ unrealengineの需要が高い リモートワークの場合は品質管理や工程管理が重要視される プロフェッショナルなスキルを求められる
	松本市内事業者への再委託先の組成	教育機関・フリーランスをまとめるクラウドソーシング的組織の組成	人材確保 12名	学生やフリーランスなどによる座組生成の可否	各種ホームページや媒体での広報により必要人数を募集 域内外問わず募集を行うことで、テレワークを想定した体制を構築 工程管理のための企業と提携
	松本市内ワーカーへの教育プログラム策定・実施	サザンガクの登録ワーカー向けのOJTの方針策定と実行	スキルアップ 10名	教育プログラムの有効性 初心者メンバー向けの単純作業の有無	初心者のみならず上級者も加わることで、相互補完が発生し、想定以上のスキルアップがあった
	本プロジェクトの松本市内外への広報	プロジェクトの取り組みをメディアにて松本市内外へ広報	10万人規模の広報媒体	広報後の反応	業界No1誌であるCGワールドとの連携により、プロジェクトイベントであるスナップコンテストを広報。プロジェクトのホームページへの流入がUUトータル1300超以上となった
	3DCGを活用したイベントの実施	松本市の3DCG産業をアピールできるイベント開催	イベント回数 2回を想定	イベントの宣伝効果の有効性	トレーニングキャンプ開催により、仕事への自信や意欲を醸成することができた。 CGスナップコンテスト及び映像祭の実施により、松本が3DCGの拠点となる可能性を訴求することができた。

## 活動工程

	R6.5	R6.6	R6.7	R6.8	R6.9	R6.10	R6.11	R6.12	R7.1	R7.2
全体	PJキックオフ	6/4 社内定例 6/11 社内定例 6/18 社内定例 6/25 社内定例	7/2 社内定例 7/16 社内定例 7/23 社内定例 7/30 社内定例	8/6 社内定例 8/13 社内定例 8/20 社内定例 8/27 社内定例	9/3 社内定例 9/10 社内定例 9/17 社内定例 9/24 社内定例	10/1 社内定例 10/8 社内定例 10/15 社内定例 10/22 社内定例 10/29 社内定例	11/5 社内定例 11/12 社内定例 11/19 社内定例 11/26 社内定例	12/3 社内定例 12/10 社内定例 12/17 社内定例 12/24 社内定例	1/7 社内定例 1/14 社内定例 1/21 社内定例 1/25-26 トレーニング キャンプ	2/4 社内定例 2/11 社内定例 2/18 社内定例 2/22 松本市映像祭

取組み	R6.5	R6.6	R6.7	R6.8	R6.9	R6.10	R6.11	R6.12	R7.1	R7.2
ターゲット企業・組織の選定	利用事例調査	業界選定		リレーションの洗い出し		担当割り振り リスト作成	リスト共有			
ターゲット企業・組織へのアプローチ				ニーズ把握		・体制確定 ・案件化フェーズ	・案件化フェーズ ・アプローチ開始	アプローチ	アプローチ 8EX社からの発注	納品・検収
松本市内事業者への再委託先の組成		体制整理	パートナー選定 体制整理	体制整理	体制整理	サザンガクとの連携	人材募集	体制整理 人材のレベル設定 委託発注		
松本市内ワーカーへの教育プログラム策定						パートナー選定	・スキル要素の洗い出し ・ワーカーのスキル測定	教育プログラム策定	教育プログラム実施（イベント）	
本プロジェクトの松本市内外への広報						・広報媒体の選定 ・費用と頻度の確認	ホームページ作成 広報期間	広報期間	広報期間	
3DCGを活用したイベントの実施						・イベント案の策定 ・関係者の選定	・集客計画、収支計画 ・イベント情報公開開始 ・イベント準備	演者決定	・リハーサル ・イベント開催 ・レビュー	・リハーサル ・イベント開催 ・レビュー

### 社会実証の内容及び成果

取組み	主要な連携先	デジタル人材育成に寄与する取組みである場合は、育成人数と内容、成果等	
<p>ターゲット企業・組織の選定</p>	<p>製造業、広告事業者、中小の制作会社など</p>	<p>対象外</p>	
<p>ア 内容</p>	<p>■クライアントを通じた市場ニーズの把握</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・クライアントの獲得活動として、アプローチ先135社を選定。</li> <li>・当初はクライアントとなり得る一般企業へもアプローチを行ったものの、再委託をしているケースが多く、案件化は難しい状況と判断し、3DCGの制作会社へのアプローチへと方針を転換。</li> <li>・座組の形成も必要であったため、本格アプローチはサザンガクにワーカー登録が完了した1月以降となった。</li> </ul>	<p>稼働日</p>	<p>R6.8.1 アプローチ先の選定開始                      R6.10.30 アプローチ選定先リスト完成                      R6.11.15 アプローチ選定先リストの共有                      R6.11.18 アプローチ開始（アポ取得）                      R6.12.5 商談開始                      R7.1.20 体制情報とりまとめ                      R7.2.20 アプローチ結果とりまとめ</p>
<p>イ 活動の結果・分析</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アプローチ開始当初は一般の企業から需要を掘り下げていたものの、案件化が難しく、中小の制作会社へアプローチ先を変更することで一定の需要が確認できた。</li> <li>・テレビ向けを中心とした旧来の映像制作会社は3DCGによる映像制作への関心が低い様に見受けられた。</li> <li>・大手の制作会社については制作については外注もふくめて組織化されており、入り込むのが難しい印象を受けた。</li> <li>・ワーカーの経歴やポートフォリオを開示すると、担当者から厳しいコメントが返ってくるケースも多数あった。</li> <li>・一方Unrealengineが使えるクリエイターの需要は高く、経験が浅くても需要があった。</li> <li>・都会の風景をアセットとして使用するニーズなど、工夫次第で商用化が可能な案件もあった。</li> </ul>		

## 社会実証の内容及び成果

取組み	主要な連携先	デジタル人材育成に寄与する取組みである場合は、育成人数と内容、成果等	
<p>ターゲット企業・組織へのアプローチ</p>	<p>中小の制作会社                      ◎サザンガク（役割：受注時の請け先）                      ・8EX（役割：クライアント）                      ・メタマケ（役割：ワーカーマネジメント代行）</p>	<p>対象外</p>	
<p>ア 内容</p>	<p>■市場ニーズのヒアリング                      制作会社を中心とした20社へのアプローチを行うなかで、以下のニーズが把握できた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インテリアや不動産などで精緻な再現をもとめられるケースではUnrealengineの需要が高いものの、制作スタッフが圧倒的に不足している状況があった。</li> <li>・制作コストの高騰から、アジア圏を中心に制作をアウトソースする会社があったが、リモートワーク中心となるため、作業統制が課題となっていた（当座組の統制手段を示す必要があった）。</li> <li>・既存の大手映像制作会社においては、3DCGの制作は自社で請け負っておらず、他社にアウトソースしていた。</li> <li>・ワーカーのポートフォリオ開示をもとめられることがあり、ポートフォリオや経歴を纏めた。</li> </ul>	<p>稼働日</p>	<p>R6.6.14 8EXと今期事業についてディスカッション                      R6.6.20 8EXのリソースについてヒアリング調査                      R6.8.29 8EXと今期事業について座組設計開始                      R6.11.12 8EXと案件受注にあたっての商流について合意                      R6.12.18 8EXと受注案件の詳細について確認                      R7.1.14 8EXとマンハッタン案件の発注合意</p>
<p>イ 活動の結果・分析</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人手の少ない中小の制作会社を中心にアプローチをする方が本プロジェクトにマッチすると判断。</li> <li>・制作会社からの商用案件を受託するために、より経験豊富なワーカーの参加が必要と認識。</li> <li>・8EXから人材育成も見据え、2月末を納期とした業務を受託することができた。</li> </ul>		

## 社会実証の内容及び成果

取組み	主要な連携先	デジタル人材育成に寄与する取組みである場合は、育成人数と内容、成果等	
<p>松本市内事業者への再委託先の組成</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎サザンガク（役割：ワーカー募集・登録）</li> <li>◎信州大学（役割：ワーカー募集）</li> <li>◎デジタルハリウッド松本校（役割：ワーカー募集）</li> <li>◎未来学舎（役割：ワーカー募集）                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・メタマケ（役割：工程管理、労務管理、報酬査定）</li> <li>・8EX（役割：クライアント）</li> </ul> </li> </ul>	<p>クライアントからのフィードバック、OJTにより、商用案件の納品クオリティや納期など、必要とされるスキルをより実践的に学ぶことができた。 OJT受けた人数：26名 納品者：22名 離脱者：4名（本業の都合など）</p>	
<p>ア 内容</p>	<p>■ワーカー募集・登録（11月15日から1月31日） サザンガクと協議のうえ、域内を中心に募集とし、域外のスキルのないワーカーについては募集対象外とした。 作業内容の性質上、これまでのサザンガクにおける受託内容と異なることから、工程管理や品質管理ができるマネジメント事業者が必要との結論に至り、メタマケ社に労務・工程管理を依頼。案件統制の役割を担ってもらった（案件アサイン、工程管理、伴走支援、報酬査定）</p> <p>■受託業務（マンハッタンのビル作成） 8EXが海外のクライアントより受注したマンハッタンのビル作成案件の一部を本プロジェクトにて受託。（受託総額110万円税込） クライアントからの発注フローについては、検証の実用性を考慮すべくサザンガクの通常フローであるメールベースでの受注とした。</p>	<p>稼働日</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>R6.9.22 8EX社と発注に関する打合せ</li> <li>R6.10.22 8EX社と発注に関する打合せ</li> <li>R6.12.23 8EX社と開催内容に関する打合せ</li> <li>R7.1.16 ワーカーオリエンテーション</li> <li>R7.1.24 8EXより発注</li> <li>R7.1.31 案件割り振り</li> <li>R7.2.14 8EX一次レビュー</li> <li>R7.2.19 8EX中間レビュー</li> <li>R7.2.21 8EX二次レビュー</li> <li>R7.2.26 8EX三次レビュー</li> <li>R7.2.28 納品（ワーカーオリエンテーション R7 3.6）</li> </ul>	
<p>イ 活動の結果・分析</p>	<p>■ワーカー登録 ワーカー登録者数：26名（応募者数：32名） ワーカー登録による座組の組成によりワーカーが増えたことで、今後はサザンガクのビジネスの拡充にもつながる可能性がある トレーニングキャンプやスナップコンテストなどのイベントを告知することで結果的にワーカー登録者の獲得につながった 再委託などで発生するサザンガク側で発生する手数料については、本座組の価格競争力に直結するため、検討が必要 （メタマケ社のマネジメント費用とサザンガクの手数料の2重コスト構造になっている）手数料のコスト構造？サザンガクの役割</p> <p>■受託業務 受託業務数：ビル51棟（納品数：22棟（納品者：22名 離脱者：4名（本業の都合など）） 今回は実証フェーズであることをご理解頂き、ベストエフォートの納品数とし、残りの29棟については8EXにて対応頂くこととした。 ボイスチャットを活用することでリモート参加でありながらも、親密なコミュニケーションがとれ、相互サポートの体制が構築された。 クライアント側からのフィードバックに対して間にはいることで適切な指示をあたえることができたが、同時に商用案件の厳しさに苦勞する点もあった。（スキルだけではなく、ビジネスマナー（ニックネームの利用不可など）の習得やマインドが必要と感じられた） 一般的なクリエイターはキャラクター制作などCtoCビジネスで制作を行っているケースが多いと考えられ、今回の様なBtoBの制作案件に不慣れな面も散見され、継続的なスキルアップが求められるとともに商用案件に取り組むことでOJTによる想定以上のスキル向上がみられた。 スキル面からクライアントの要望にすべて応えることができない面もあり、長期的なスキルの向上施策が必要と感じた</p>		

## 社会実証の内容及び成果

取組み	主要な連携先	デジタル人材育成に寄与する取組みである場合は、育成人数と内容、成果等	
<p>松本市内ワーカーへの教育プログラム策定</p>	<p>ボーンデジタル株式会社（役割：カリキュラム策定・生徒募集）                      まなびラボ（役割：カリキュラム実行）                      ◎サザンガク（役割：会場提供・運営サポート）                      ◎デジタルハリウッド松本校（役割：生徒募集）                      ◎未来学舎（役割：生徒募集）                      ◎信州大学（役割：生徒募集）</p>	<p>23名に対してBlenderトレーニングキャンプを実施                      （内容）                      モデリング基礎～課題制作                      履修者のうち4名がワーカー登録をおこない、マンハッタン制作に参加</p>	
<p>ア 内容</p>	<p>実施概要：松本市の初心者向けの3DCG講習（トレーニングキャンプ）                      日程：2025年1月25日（土）～1月26日（日）1日5時間 程度想定                      場所：サザンガク                      〒390-0874 長野県松本市大手3丁目3-9 NTT東日本大名町ビル 1F                      講師：メイン講師1名とサブ講師2名が担当                      学習ツール：参加者のPCについては実施側でを用意。（上限18台）                      Blenderのスペック要求を満たしたPC。</p> <p>講座内容：Blenderによるモデリング～課題制作</p>	<p>稼働日</p>	<p>R6.10.29 ボーンデジタル社とカリキュラムに関する打合せ                      R6.11.29 ボーンデジタル社とカリキュラムに関する打合せ                      募集方法の決定                      R6.12.23 ボーンデジタル社・まなびらぼ社とカリキュラムに関する打合せ                      R7.1.17 ボーンデジタル社と最終調整</p>
<p>イ 活動の結果・分析</p>	<p>今回は松本市での取り組みということもあり、基本的には域内の参加者に限定。当初は初心者のみを対象とする想定であったものの、上級者も参加することで、グループワークなどで教え合う場面が多く見られ、結果的に想定上の初心者のレベルアップにつながった。</p> <p>将来的なワーカーとしての活動を年頭において、カリキュラムに建造物の再現に関する要素を盛り込んだ。</p> <p>アンケート結果（21名が回答）                      詳細については参考資料にて別途添付                      ・モチベーションが向上した：全員(21名)                      ・今後も積極的に3DCG制作に取り組みたい：95%(20名)                      ・スキルが身についた：91%(19名)                      ・男女比 男性9名 女性12名 不明(回答無し)2名</p> <p>総評としては、講師の説明が丁寧で、グループワークでの共同作業の達成感を感じたポジティブなコメントが大多数                      カリキュラムの変更や、内容についてけななかったなどのネガコメントも一部あり。</p>		

## 社会実証の内容及び成果

取組み	主要な連携先	デジタル人材育成に寄与する取組みである場合は、育成人数と内容、成果等
<p>本プロジェクトの松本市内外への広報</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ボーンデジタル（役割：コンテスト企画運営・集客）</li> <li>◎信州大学（役割：ワーカー・作品募集）</li> <li>◎未来楽書（役割：ワーカー・作品募集）</li> <li>◎デジタルハリウッド松本（役割：ワーカー・作品募集）</li> </ul>	<p>対象外</p>
<p>ア 内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プロジェクトの活動を広報するために業界誌であるCGワールドと連携（月間PV:56万 月間UU:22万）</li> <li>・プロジェクトの取り組みを広報するためのホームページを内製で構築</li> <li>・プロジェクト向けのワーカーを募集するためのトレーニングキャンプを実施</li> <li>・全国のクリエイターへリーチするためにスナップコンテストを実施</li> </ul>	<p>稼働日</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>R6.9.24 メタマケとのホームページ構築協議開始</li> <li>R6.10.8 ボーンデジタルコンテスト企画協議開始</li> <li>R6.10.29 ボーンデジタルとの企画方向性の合意</li> <li>R6.11.25 プロジェクト全体のホームページ公開</li> <li>R6.11.29 ボーンデジタルコンテストテーマ決定</li> <li>R6.12.23 ボーンデジタルコンテストホームページ公開</li> <li>R6.12.25 ボーンデジタルコンテスト広報開始</li> <li>R7.1.17 ボーンデジタルコンテスト中間報告</li> <li>R7.1.31 コンテスト作品募集終了</li> <li>R7.2.4 コンテスト審査開始</li> <li>R7.2.12 コンテスト審査終了結果連携</li> <li>R7.2.22 映像祭開催</li> </ul>
<p>イ 活動の結果・分析</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プロジェクトの取り組みを広報するための・業界No1の媒体であるボーンデジタル社との連携により、各種取り組み（トレーニングキャンプ、CGコンテスト）を広報。比較的短期間であったものの、ターゲットとするクリエイター層へのリーチができた。</li> <li>・コンテストの広報については同社のSNSアカウントにて広報を頂き、一投稿あたり最大UU32万人へリーチができた。</li> <li>・プロジェクトのホームページについては当初外注の予定であったが、予算の都合もあり、内製での構築へ変更。結果的にはプロジェクトの情報更新に柔軟に対応ができ、内製での運用がベストであった。</li> <li>・ホームページへのアクセスについては、11月25日から2月28日までの3ヶ月間でトータルPV2355: UU:1283となった。（「松本 3DCG」の検索ワードでGoogle検索1位）</li> <li>・イベント直後にはホームページへのアクセスがバーストするなど、アクセスとイベントとの関連性がみられた。</li> <li>・当初想定していた弊社媒体（ぱわふる）への掲載については弊社広報の基準に合致せず、掲載を見送りとした。</li> <li>・ホームページ経由で企業からの問い合わせが入っており、今後の運用設計については検討が必要。</li> </ul>	



## 社会実証の内容及び成果

取組み	主要な連携先	デジタル人材育成に寄与する取組みである場合は、育成人数と内容、成果等	
<p>3DCGを活用したイベントの実施</p>	<p>ボーンデジタル株式会社（役割：コンテスト実施、広報）                      MICEプラットフォーム（役割：イベント進行）                      ◎デジタルハリウッド松本校（役割：作品募集）                      ◎未来学舎（役割：作品募集）                      ◎信毎メディアガーデン（役割：運営・進行サポート）</p>	<p>松本市内のクリエイターやワーカークー同士がつながることで、コミュニティが組成され、技術面での相互補助体制が生まれた。</p>	
<p>ア 内容</p>	<p>■イベント名称：松本3DCG映像祭                      開催日時：2025年2月22日（土）15:00~17:00                      開催場所：信毎メディアガーデン（1F 多目的ホール）                      プログラム                      3DCGプロジェクトのご紹介（ソフトバンク 細井）                      3DCG産業の今後の見通し（ボーンデジタル 窪田様）                      「ばーちやるまつもと」のご紹介（ばーちやるまつもと推進プロジェクト 渋谷様）                      パネルディスカッション「松本市における3DCG産業の未来」                      松本市CGスナップコンテスト表彰式（5作品想定）                      一般観覧者：60名</p>	<p>稼働日</p>	<p>R6.10.29 ボーンデジタル社と開催内容に関する打合せ                      R6.11.29 ボーンデジタル社と開催内容に関する打合せ                      R6.12.23 ボーンデジタル社と開催内容に関する打合せ                      R6.1.17 ボーンデジタル社と最終調整                      R6.12.20 MICEプラットフォーム詳細打ち合わせ                      R7.2.10 信毎メディアガーデン詳細打ち合わせ                      R7.2.19 MICEプラットフォーム最終打ち合わせ                      R7.2.22 会場設営~開催</p>
<p>イ 活動の結果・分析</p>	<p>開催当初は3DCGを制作する人材へのアプローチ方法に苦慮したものの、こういった制作コンテストの開催により、広く関心をつめることで、人材へのリーチの可能性があることが分かった</p> <p>当初は風景が題材ということもあり、松本城に題材が集中することが懸念されたが、結果的に松本城以外の作品でクオリティの高いものが多くあつまり、松本市の知られざる風景の発掘、ポテンシャルの認識や宣伝につながった</p> <p>トレーニングキャンプ後、キャンプを経て応募して頂いたケースもあり、トレーニング実施の成果発表の場ともなった</p> <p>アンケート結果（n=33）                      詳細については参考資料にて別途添付                      ・イベントの満足度：ポジティブ 84.9%（28名）                      ・プロジェクトに興味関心が持てた：ポジティブ回答 94.0%（31名）                      ・今後もプロジェクトに関わりたい：ポジティブ回答 81.8%（27名）</p>		

教育プログラムの実施	<p>■結果：参加者数 目標値 18名、実績値 23名、スキルアップ 目標値 10名、実績値 21名</p> <p>■考察：          実施側であるまなびラボとしても2日間にわたり、実践を想定したレベルまで引き上げるというのは初めての試みであったとのことだったが、結果的に初めてBlenderをさわった方の4名がワーカー登録をおこない、商用案件に取り組むことができた点は大きな成果であり、まなびラボ、ボーンデジタル社にとっても大きな成果になったとのコメントがあった。今回初心者が大きな飛躍を遂げられた背景としては、初心者のみならず、上級者も参加することで、相互に教え合う場面が多く見られ、結果的に想定上の初心者のレベルアップにつながったと考えられる。また、レベル感としては高校生や中学生など若年者層にも高いレベルの人物が存在することも分かり、今後のキャリア形成にむけて機会提供が必要と感じた。</p>
スナップコンテスト及び映像祭	<p>■結果：映像祭イベント参加者数 目標値100名、実績値 49名（受付ベース）</p> <p>■考察：          スナップコンテストを通じて国内から多くの関心を集めることができ、全国から作品の応募があった。当初、作品テーマについては、松本市の風景であったため、松本城に題材が集中するのではないかの懸念があったものの、結果としては松本城以外の題材が多く集まり、その中から14作品を選出。松本の潜在的な魅力の発掘につながった市内の制作者へのリーチができた。</p>
制作座組の組成	<p>■結果：ワーカー登録者数 目標値 12名、実績値 26名</p> <p>■考察：          クライアント側からのフィードバックに対して間にはいることで適切な指示をあたえることができたが、同時に商用案件の厳しさに苦労する点もあった。（スキルだけではなく、ビジネスマインドの必要性（ニックネームの利用不可など））          一般的なクリエイターはキャラクター制作などCtoCビジネスで制作を行っているケースが多いと考えられ、今回の様なBtoBの制作案件に不慣れな面も散見され、継続的なスキルアップが求められるとともに商用案件に取り組むことでOJTによる想定以上のスキル向上がみられた。スキル面からクライアントの要望にすべて応えることができない面もあり、長期的なスキルの向上施策が必要と感じた。マインドなど今後のクリエイターの活動に資する実績となった。</p>
案件の受託活動（需要調査）	<p>■結果：アプローチ社数：目標値 20社、実績値 20社</p> <p>■考察：          アプローチ開始当初はワーカーの経験の浅さを指摘されるなど、事業継続に不安な面もあったが、unrealengineの領域では人材不足が顕著となっており、比較的経験年数にかかわらず、需要が確認できた。          また、社会的に意義のある取り組みとして評価を頂くケースもあり、映像祭などとの複合的なアプローチによって人材の募集が可能になると思われる。</p>

## 3DCG産業育成プロジェクトの エコシステム

### スナップコンテストおよび映像祭

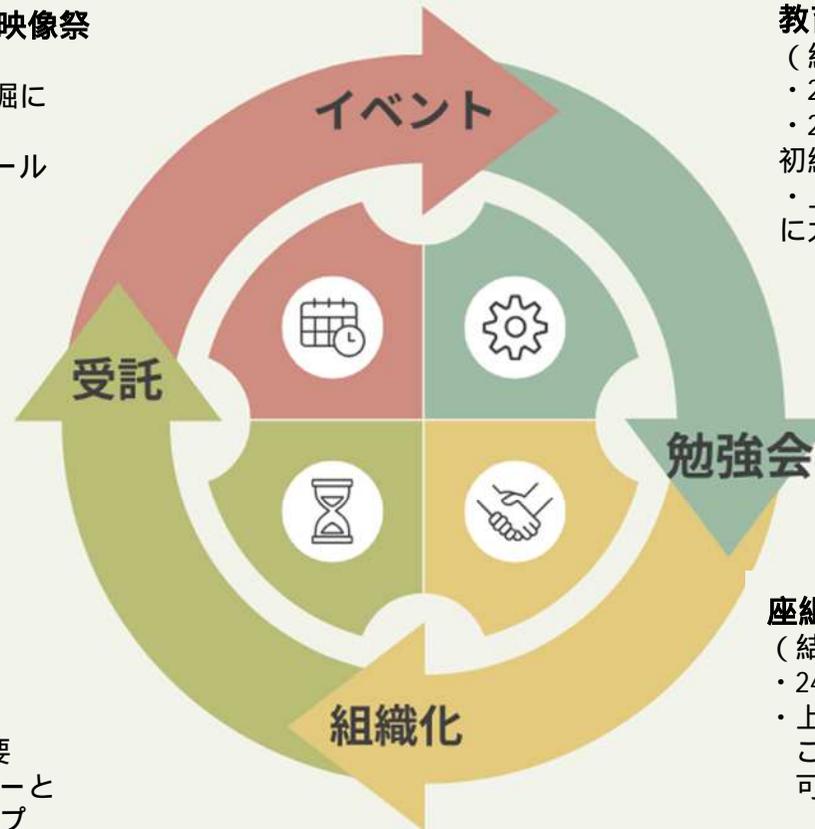
(結果)

- ・市内外のクリエイターの発掘につながった
- ・松本市の新たな魅力のアピールできた

### 教育プログラムの実施

(結果)

- ・23名の参加者
- ・2日間の集中的なカリキュラムにより、初級者でも商用案件に取り組めた
- ・上級者の存在が初級者のレベルアップに大きく寄与した



### 案件の受託活動

(結果)

- ・8EX社の案件受託
- ・中小の制作会社の人材不足
- ・Unrealengine市場の大きな需要
- ・仕事を探しているクリエイターと人材を求める企業とのギャップ

### 座組の組成

(結果)

- ・24名の登録者
- ・上級者が初級者をサポートすることで、商用案件への取り組みも可能となった

上記想定エコシステムとしては機能し得ることが確認できた。  
今後は地元の取り組みと連携し自走可能な体制構築を支援する。

## (1) R6年度実証事業の結果、考察

下記の想定した体制は機能し得ることが確認できた。



### R6年度実証事業を踏また課題

- クリエーターマネジメントができる企業が不足・コミュニティ形成だけでは「仕事」の創出と事業の商用化ができない
- 商用に耐えうるワーカースキル向上とクリエイター含め、クライアントの要望を表現できる能力の醸成
- 今後の事業受託における受入体制及び役割分担の明確化。
- 案件の受託ができる体制だけでなく、案件を獲得できる体制やクライアントの開拓が必要

## (2) R7年度事業に向けた活動と役割 (体制案)

産業育成・人材育成においては出口戦略が必要



### 来年度の活動

- クリエイターをマネジメントできる事業者の開拓
- 受託事業者の育成(クリエーティブチェックなど)及び誘致
- 域内のクリエイターの取りまとめ、とマネジメントができる体制(コミュニティ)と企業誘致
- 事業毎に体制を作り、管理する事業者の開拓(ファシリティができる企業)
- 発注者・案件獲得に向けた活動、域内案件及び県内を中心に案件発掘  
(資金調達 = 案件調達)